

บทที่ 1

บทนำ

1.1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การบริโภคกาแฟของคนไทยมีมาตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยา แต่ธุรกิจร้านกาแฟคั่วสดหรือร้านกาแฟพรีเมียม เกิดขึ้นในราวปีพ.ศ. 2526 “แบล็คแคนยอน” เป็นร้านกาแฟคั่วสดของคนไทยและรายแรกที่บุกเบิกธุรกิจด้านกาแฟคั่วสด แต่ว่าการดำเนินธุรกิจด้านกาแฟคั่วสดกลับไม่ประสบความสำเร็จ ดังนั้นจึงได้ทำการปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินธุรกิจร้านกาแฟคั่วสดควบคู่กับธุรกิจร้านอาหาร เป็นต้น หลังจากนั้นธุรกิจร้านกาแฟคั่วสดเริ่มได้รับความนิยมในประเทศไทย โดยเฉพาะช่วงที่เกิดวิกฤตเศรษฐกิจในประเทศไทยในปี พ.ศ. 2540 ซึ่งพบว่าเม็ดเงินลงทุนต่างชาติเข้ามาลงทุนและบุกเบิกธุรกิจร้านกาแฟคั่วสดภายใต้ชื่อ คอฟฟี่เวิลด์ (Coffee World) และต่อมาในปี พ.ศ. 2541 ร้านกาแฟคั่วสด สตาร์บัคส์ คอฟฟี่ (Starbuck Coffee) ได้เปิดสาขาในกรุงเทพมหานคร ลักษณะเป็นร้านกาแฟสมัยใหม่มีการออกแบบตกแต่งสวยงาม มีเสียงเพลงสร้างบรรยากาศในการดื่มกาแฟ และมีการนำกาแฟคุณภาพดีหลากหลายแบบมาคั่วบดขงสด ๆ ทำให้กระแสการบริโภคกาแฟคั่วบดของไทยเพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว จากนั้นธุรกิจร้านกาแฟคั่วสดเหล่านี้ก็ได้รับการยอมรับจากผู้บริโภคคนไทยและเป็นที่รู้จักอย่างรวดเร็ว (จักรยาญ รมณียกุล, 2547, น.3)

ธุรกิจร้านกาแฟคั่วสดในประเทศไทย แบ่งได้เป็น 3 รูปแบบหลัก ๆ ได้แก่ ร้าน (Shop) หรือแบบ Stand-Alone, คอนเนอร์ (Corner/Kiosk) และรถเข็น (Cart)

ผู้ประกอบการร้านกาแฟคั่วสด แบ่งได้เป็น 3 กลุ่มหลัก คือ

1) ร้านกาแฟที่เป็นแฟรนไชส์ของต่างประเทศ ได้แก่ สตาร์บัคส์ คอฟฟี่ กลอเรีย จีนส์ ชูชูกิ โอบองแปง เป็นต้น

2) ร้านกาแฟต่างประเทศที่ใช้ไทยเป็นฐานสร้างแบรนด์ เช่น คอฟฟี่เวิลด์ คอฟฟี่ปิ่นส์

3) ร้านกาแฟแบรนด์ไทย มีทั้งรูปแบบแฟรนไชส์และไม่แฟรนไชส์ เช่น 94 Coffee The Coffee Maker กาแฟสดชาวดอย เป็นต้น (กาแฟพรวน, 2548, น.16-18)

ธุรกิจเครื่องดื่มประเภทกาแฟคั่วสด ได้มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง และการแข่งขันทางด้านธุรกิจก็มีเพิ่มขึ้นและมากขึ้นเรื่อย ๆ โดยรูปแบบการแข่งขันในธุรกิจร้านกาแฟคั่วสด เป็นการแข่งกันทางด้านราคา และที่มิใช่ทางด้านราคา เช่นความพึงพอใจในด้านกรรมวิธีการชงกาแฟให้ได้มาตรฐาน รูปแบบการตกแต่งร้านที่ทันสมัยและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว และชนิดของเครื่องดื่ม

ที่หลากหลาย พร้อมทั้งอาหารว่างให้บริการ เป็นต้น โดยเฉพาะการเลือกทำเลสถานที่ตั้ง ถือเป็นปัจจัยสำคัญของธุรกิจร้านกาแฟคั่วสด โดยทั่วไปผู้ประกอบการกิจการร้านกาแฟคั่วสดจะเลือกเปิดร้านในย่านที่มีผู้คนสัญจรผ่าน เช่น ห้างสรรพสินค้า ศูนย์อาหาร สถาบันอุดมศึกษา ย่านธุรกิจ ย่านบันเทิง โรงแรม โรงพยาบาล สถานบริการน้ำมัน เป็นต้น จากการที่ธุรกิจร้านกาแฟคั่วสดมีการแข่งขันที่สูงดังกล่าว ทำให้การดำเนินธุรกิจร้านกาแฟคั่วสดจำเป็นต้องมีการศึกษาข้อมูลประกอบการตัดสินใจอย่างรอบคอบ ในทุกๆ ด้านที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยเน้นที่จะศึกษาด้านพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคกาแฟคั่วสดของผู้บริโภคในมหาวิทยาลัย เพื่อนำข้อมูลเบื้องต้นที่ได้ไปประกอบการตัดสินใจในการเปิดร้านกาแฟคั่วสดในมหาวิทยาลัยต่างๆ โดยใช้มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ เป็นกรณีศึกษา อีกทั้งยังสามารถนำผลการศึกษาที่ได้ไปพัฒนาและปรับปรุงธุรกิจร้านกาแฟคั่วสดที่เปิดดำเนินการอยู่แล้ว ให้สามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคมากที่สุด

1.2. วัตถุประสงค์ของการศึกษา

การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการบริโภคกาแฟคั่วสดในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ที่สำคัญ ดังนี้

1. เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้/รายรับต่อเดือน
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคกาแฟคั่วสด
3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกบริโภคกาแฟคั่วสด
4. เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการบริโภคกาแฟคั่วสด
5. เพื่อศึกษาถึงความแตกต่างระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์กับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกบริโภคกาแฟคั่วสด

1.3. ขอบเขตการศึกษา

โครงการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการบริโภคกาแฟคั่วสด ตามวัตถุประสงค์ที่กล่าวมาข้างต้น มีขอบเขตของการวิจัย ในด้านแหล่งข้อมูลและเนื้อหาการวิจัยดังนี้

1. การวิจัยได้ทำการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างของประชากรที่เป็นนักศึกษา อาจารย์ เจ้าหน้าที่ และบุคคลทั่วไปที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป ซึ่งเป็นผู้ที่บริโภคเครื่องดื่มกาแฟคั่วสด จากร้านกาแฟภายในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

2. การศึกษาด้านพฤติกรรมของผู้บริโภค ในงานวิจัยชิ้นนี้มุ่งเน้นพฤติกรรมเฉพาะส่วนที่เกี่ยวข้องกับการบริโภคกาแฟคั่วสดของผู้บริโภค

เพื่อให้การวิจัยเรื่อง พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคกาแฟคั่วสดของผู้บริโภคในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ ได้ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของประชากรเป้าหมาย ดังนี้

กลุ่มตัวอย่าง : ชาย หรือ หญิง อายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป เป็นผู้ที่บริโภคกาแฟคั่วสด ในช่วงเดือน มีนาคม – เมษายน 2551

สถานที่ : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

1.4. แหล่งข้อมูลและวิธีการศึกษา

1.4.1. แหล่งข้อมูล

โครงการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาจากชนิดและแหล่งข้อมูล ดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นการสำรวจและสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ อาจารย์ นักศึกษา เจ้าหน้าที่ และบุคคลทั่วไป จำนวน 250 ตัวอย่าง เพื่อให้ได้ข้อมูลตรงตามวัตถุประสงค์ โดยแบบสอบถามแบ่งเป็น 3 ส่วน

ส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้/รายรับต่อเดือน

ส่วนที่ 2 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคกาแฟคั่วสด ด้านความถี่ ช่วงเวลา ปริมาณในการบริโภคกาแฟคั่วสด ประเภท เมนู และรสชาติที่ชอบบริโภคกาแฟคั่วสด เหตุผล และปัจจัยที่เลือกใช้บริการร้านกาแฟ เป็นต้น

ส่วนที่ 3 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคกาแฟคั่วสด

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการเก็บข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ ได้แก่

1. รายงานทางสถิติ และรายงานการวิจัยต่าง ๆ

2. วารสารเศรษฐกิจ หนังสือพิมพ์

1.4.2 วิธีการศึกษา

เป็นการวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Method) ประกอบด้วย

1. การสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม โดยการสอบถามผู้บริโภคกาแฟแก้วสดจำนวน 250 ตัวอย่าง สถานที่ในการสำรวจ คือ ร้านกาแฟแก้วสดในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือจำนวน 5 ร้าน ได้แก่ Ping ka Pong, Coffee & Milk, Brownies, รีมน์น้ำ และแบ่งปัน โดยทำการสัมภาษณ์ผู้บริโภคทั้ง 5 ร้าน จำนวนร้านละ 50 ตัวอย่าง

2. ข้อมูลเก็บรวบรวมได้นำมาตรวจสอบความสมบูรณ์และทำการประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows

1.5. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงปัจจัยที่กำหนดความต้องการในการบริโภคกาแฟแก้วสด
2. ทราบถึงพฤติกรรมการบริโภคกาแฟแก้วสดและการตัดสินใจบริโภคกาแฟแก้วสดของกลุ่มตัวอย่าง
3. ทราบความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคกาแฟแก้วสด
4. ทราบความแตกต่างระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการบริโภคกาแฟแก้วสด
5. สามารถนำมาใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาร้านกาแฟแก้วสดให้ประสบความสำเร็จในอนาคต